



CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA – UniCEUB  
FACULDADE DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS – FASA  
CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL  
HABILITAÇÃO EM JORNALISMO  
DISCIPLINA: MONOGRAFIA  
PROFESSORA ORIENTADORA: LARA AMORIM  
ÁREA: JORNALISMO DE CELEBRIDADE

## **Jornalismo de Celebridade**

### **Análise de conteúdo do site EGO**

Tacyanne Rodrigues da Silva  
20462544

Brasília, Junho de 2008

Tacyanne Rodrigues da Silva

## **Jornalismo de Celebridade**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Profª Drª Lara Amorim

Brasília, Junho de 2008

Tacyanne Rodrigues da Silva

## **Jornalismo de Celebridade**

Trabalho apresentado à Faculdade de Ciências Sociais Aplicadas, como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Jornalismo no Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

### **Banca Examinadora**

---

Prof<sup>ª</sup>. Lara Amorim  
Orientadora

---

Prof<sup>ª</sup>. Mônica Prado  
Examinadora

---

Prof. Leandro Marshall  
Examinador

Brasília, 11 de junho de 2008

Dedico esta pesquisa à Silvana, minha mãe, amiga, companheira, lutadora,  
incentivadora e responsável por tudo que sou hoje.

## Agradecimento

*Agradeço a Deus pela vida, à minha mãe pelo incentivo e amizade, aos amigos que estiveram ao meu lado nessa trajetória, a professora Lara Amorim pela orientação e apoio e a todos os professores pelo ensinamento.*

## Resumo

O jornalismo contemporâneo curvou-se para a lógica do mercado capitalista, ou seja, a venda de informações e o lucro. Para se adequar a esse conceito, algumas mudanças ocorreram dentro das empresas de comunicação, principalmente, nas redações e no comportamento dos jornalistas. Neste contexto foi criado um gênero jornalístico, o jornalismo de celebridade que possui um aspecto clean, ligh, acrítico e visual. A partir dessa transformação o mundo das celebridades passou a ser mais explorado pela mídia para a mídia e para a sociedade. A fim de ampliar a área de entretenimento, a *Rede Globo* lançou o site EGO, que está inserido na página da *Globo.com*. O site EGO é objeto de estudo dessa monografia de conclusão de curso que pretende mostrar, por meio da análise de conteúdo, se as matérias divulgadas no período de 03 a 06 de abril de 2008 possuem elementos jornalísticos no texto. Também foi abordada neste trabalho a discussão sobre a influência da publicidade no jornalismo.

Palavras-chave: Jornalismo Contemporâneo, Jornalismo de Celebridade, site EGO.

# Sumário

Introdução.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Métodos de Pesquisa .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1 Jornalismo contemporâneo e suas transformações .....	12
1.1 A origem do jornalismo .....	12
1.2 Jornalismo Contemporâneo .....	13
1.3 Jornalismo de Celebridade .....	16
1.4 Internet.....	18
1.5 Site EGO.....	20
2 A produção da notícia e a influência da publicidade.....	22
2.1 O que é jornalismo? .....	22
2.2 Atividade Jornalística .....	23
2.3 Noticiabilidade, Agenda Setting e Valores/Notícia .....	24
2.4 A influência da publicidade .....	26
3 Análise de conteúdo .....	29
4 Considerações Finais .....	36
5 Referências .....	37
Apêndice A .....	38

## Introdução

As transformações econômicas, sociais e políticas do século XXI fizeram com que o jornalismo perdesse a sua essência, que é prestar informação para a sociedade, e se voltasse para a lógica do mercado capitalista.

A partir dessas mudanças surgiu outro estilo jornalístico, o jornalismo de celebridade, que possui um aspecto ligh, clean, perfumado, colorido, visual e acrítico. Esse jornalismo tem vida curta, e as celebridades são personagens da mídia, enquanto, atenderem aos interesses das “pautas”.

O jornalismo de celebridade trabalha a informação como produto de mídia. A linha divisória entre informação e publicidade é minúscula, e quase imperceptível. O interesse desse tipo de mídia é restritamente financeiro.

Os veículos de comunicação de massa como a televisão, o rádio, o jornal impresso e a internet viram uma oportunidade de crescer com um novo público que surgia na sociedade de consumo.

No Brasil, é possível relacionar uma lista de programas, sites e jornais que têm as celebridades como foco principal. A *Rede Globo*, ao criar o site *Globo.com*, vislumbrou a chance de ampliar o conteúdo televisivo, e aproximar o leitor de sua empresa.

A *Globo.com* é dividida em quatro links principais: notícias, esporte, entretenimento e vídeos. Então, o site EGO, que está inserido na área de entretenimento, será o objeto de estudo e análise desta monografia.

Esta pesquisa pretende mostrar, por meio de análise de conteúdo, se as matérias do site EGO possuem elementos jornalísticos no texto. Atualmente, fica cada vez mais difícil diferenciar o jornalismo da publicidade. Apesar de



possuírem aspectos lingüísticos distintos, o jornalismo está subordinado a publicidade, pois é ela que comanda e financia as empresas de comunicação.

Portanto, o objetivo dessa monografia é identificar os elementos jornalísticos utilizados na construção das matérias de celebridade do site EGO. Mas é necessário diferenciar a linguagem utilizada no jornalismo e na publicidade, e verificar se o site segue os critérios de noticiabilidade, agenda-setting e valores notícia.

Para compreender e verificar os questionamentos apresentados acima, essa pesquisa foi dividida em três capítulos. O primeiro capítulo está direcionado para a contextualização histórica, com a origem do jornalismo, o jornalismo contemporâneo, o jornalismo de celebridade, a internet e por fim o site EGO.

Já o segundo capítulo tenta explicar qual o papel do jornalismo na sociedade, a sua função, as suas características e como a publicidade influencia no processo de produção da notícia.

Para finalizar, o último capítulo faz a análise do conteúdo do site EGO, a fim de comprovar a hipótese de que as matérias mascaram, ou não, os elementos jornalísticos em seu conteúdo.

## Métodos de Pesquisa

O método utilizado no trabalho de conclusão de curso foi a análise de conteúdo. Segundo Laurence Bardin,

A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações. Não se trata de um instrumento, mas de um leque de apetrechos; ou, com maior rigor, será um único instrumento, mas marcado por uma grande disparidade de formas e adaptável a um campo de aplicação muito vasto: as comunicações. (1977, p. 31).

Bardin explica que para organizar e sistematizar a análise de conteúdo é preciso seguir uma ordem cronológica em torno de três pólos. O primeiro pólo é a pré-análise, na qual foi feita a coleta de material. O segundo é a exploração das matérias do site EGO, que foram distribuídas em três categorias. E, por último, o tratamento dos resultados para confirmar ou não a hipótese de que o conteúdo das matérias do site EGO possui características da linguagem jornalística.

A história da origem do jornalismo foi baseada no livro *O que é jornalismo?*, Wladimir Hudec (1981). Para contextualizar a respeito do jornalismo contemporâneo e a influência da publicidade foi utilizado o livro *O jornalismo na era da publicidade*, de Leandro Marshall (2003).

A obra de Alzira Alves de Abreu, *A modernização da Imprensa* (2002), confirma a questão do desenvolvimento empresarial no jornalismo. E, para explicar o nascimento do jornalismo de celebridade e do sensacionalismo foi aproveitado o livro de Danilo Agrimani, *Espreme que Sai Sangue* (1995). A discussão da internet foi abordada pela jornalista Pollyanna Ferrari, autora do livro *Jornalismo Digital* (2003).

As teorias do noticiabilidade, agenda-setting e valores/notícia foram embasadas partir da obra do pesquisador das teorias da comunicação, Mauro Wolff (2003).

A fim de fazer a diferenciação entre linguagem jornalística e publicitária foram utilizados os seguintes autores: Nilson Lage (1998) e Jorge S. Martins (1997). E, com o objetivo de coletar informações sobre o site EGO foi realizada uma entrevista com o jornalista e pauteiro, Arcy Mera Júnior.

Então, o *corpus* definido pela análise de conteúdo é de 159 matérias, as quais foram selecionadas no período de 03 a 06 de abril de 2008. Trata-se, portanto, de uma pesquisa de caráter qualitativa e empírica.

No entanto, para facilitar a análise de conteúdo das reportagens, este corpus foi reduzido para 25 matérias, selecionadas a partir do critério da quantidade de vezes que o nome da celebridade apareceu no título. A tabela com as 25 matérias segue em anexo.

# 1 Jornalismo contemporâneo e suas transformações

## 1.1 A origem do jornalismo

O jornalismo não é um fenômeno que existe há muito tempo. Ele foi resultado de um desenvolvimento social, econômico, político e ideológico das sociedades burguesas do século XVIII.

Wladimir Hudec, autor do livro *O que é jornalismo?*, diz que o jornalismo apareceu e desenvolveu-se quando e onde:

1) se tornou inevitável pelo menos para alguns produtores. Para o adequado funcionamento da economia e o seu ininterrupto desenvolvimento; 2) a informação e propaganda da atualidade e de massas se tornaram para uma ou mais classes sociais um meio indispensável da luta de classes; 3) em ligação com as novas condições socioeconômicas; 4) o grau de desenvolvimento tecnológico tornou possível não só escrever e editar jornais como também publicá-los em edições cada vez maiores para um vasto público com interesses diferentes, e assegurar a sua difusão maciça. (1981, p.23).

Após o seu surgimento, o jornalismo foi integrado no âmbito das empresas capitalistas e os empresários o viam como uma mercadoria a ser consumida pela sociedade.

Para Wladimir Hudec, isso “difícilmente poderia ter sido de outro modo, porque os proprietários capitalistas privados tinham de tirar o lucro deles”. (1981, p. 24). Esse novo conceito ocasionou uma porcentagem maior de lucro por parte das empresas, e, posteriormente, transformou-se em uma ferramenta de promoção em todas as esferas da vida social.

Na medida em que o poder dos meios de comunicação se concentrava nas mãos de empresas capitalistas, as massas tornaram-se o foco de manipulação e persuasão.

De acordo com Hudec:

A crescente influência dos meios de comunicação de massas que se foram concentrando nas mãos de um grupo de capitalistas cada vez mais restritos, nem tanto mais poderoso, as massas tornavam-se objeto de manipulação e demagogia cada vez mais intensas. (1981, p. 25).

Essa perspectiva capitalista em relação às empresas de comunicação de massa e ao jornalismo, não se modificou ao longo dos anos. No entanto percebe-se a ocorrência de uma radicalização mercadológica, aonde os mais “fortes” sobrevivem, e subsidiada, por meio, de uma guerra declarada contra a concorrência e a busca infinita de públicos consumidores.

## 1.2 Jornalismo Contemporâneo

O jornalismo contemporâneo é o resultado das transformações sociais, econômicas e mercadológicas, das sociedades do século XX.

Leandro Marshall explica que:

Os princípios da nova ordem neo-econômica provocaram mudanças nas relações dentro das redações dos jornais, na interação do profissional com a sociedade, nas escolas de jornalismo, na hierarquia dos saberes, na dinâmica das mentalidades, no artesanato das notícias e no cotidiano do fazer jornalístico. (2003, p. 24).

Essas mudanças fizeram com que os jornalistas perdessem o seu senso crítico e se voltassem para uma lógica de mercado, na qual precisam trabalhar para alcançar os interesses econômicos da empresa.

Percebe-se que para ter um crescimento econômico, as empresas de comunicação necessitam de um público consumidor, que vai gerar mais publicidade, e, ao final, um maior lucro. Mas como avaliar esse desenvolvimento empresarial?

Segundo Alzira Alves de Abreu, autora do livro *A modernização da Imprensa*:

A introdução do marketing, e de pesquisas de mercado a ela associadas, veio tentar adequar o meio de comunicação, visto com produto, ao público consumidor leitor, ouvinte ou telespectador, visto por sua vez como cliente. (2002, p. 28).

Pierre Bourdieu acredita que o jornalista contemporâneo foi submetido a uma “mentalidade - índice - de - audiência, no qual se curva diante dos desejos e das vontades do patrão, do leitor, da sociedade, do mercado, do capitalismo e da informação”. (BOURDIEU, 1997, p. 106, citado por MARSHALL, 2003, p. 33).

Diante desse modelo de audiência, é possível dizer que a informação deixa de ser uma representação simbólica dos fatos e passa a ser uma mercadoria, cuja finalidade não é informar pelo prazer de informar, mas sim de vender e divulgar a informação em uma sociedade de consumo.

A Escola de Frankfurt revela que “a emergência da indústria cultural reduz a informação a mera mercadoria, livremente negociada no supermercado da indústria de massa”. (MARSHALL, 2003, p. 36).

Já Ignacio Ramonet ressalta que:

A informação se tornou de verdade e antes de tudo uma mercadoria. Não possui mais valor específico ligado, por exemplo, a verdade ou a sua eficácia cívica. Enquanto mercadoria, lá está em grande parte sujeita às leis do mercado, da oferta e da demanda, em vez de estar sujeita a outras regras, cívicas e éticas, de modo especial, que deveriam, estas sim, ser as suas. (RAMONET, citado por MARSHALL, 2003, P. 37).

Se a informação é uma mercadoria, como fica o papel do jornalista nesse processo? Segundo Leandro Marshall, o jornalista passa a ser um elemento supérfluo, descartável do processo. (2003, p.34).

De acordo com esse conceito, pode-se associar a informação e o papel do jornalista com a lógica do *fast food* porque primeiramente, a informação é consumida de forma rápida, e o que o leitor, telespectador ou ouvinte, não tem interesse de saber é ignorado. Ao fazerem isso, o processo que o jornalista percorre como apuração, redação, edição e publicação da matéria é desvalorizado.

A partir desta ordem mercadológica, o jornalismo contemporâneo tornou-se parte de uma sociedade industrial, de consumo e de massa. E, para atender a um público menos interessado em assuntos como política e economia foi criado o que se denomina hoje de jornalismo cor-de-rosa.

Esse jornalismo cor-de-rosa pode ser definido como uma imprensa que tem um modo de produção jornalístico light, colorido, visual e acrítico. (MARSHALL, 2003, p. 36).

Porém, para chamar atenção, atrair e despertar o interesse dos leitores, o jornalismo contemporâneo direciona suas matérias para temas como: a morte de personalidades importantes, crimes, suicídios, acidentes, doenças, catástrofes, milagres, sexo, divórcios, casamentos, histórias sentimentais de amor, casos picantes de sensualidade e etc. (HUDEC, 1981, p. 48).

Os assuntos de importância para a opinião pública foram tachados de sensacionalistas. Danilo Agrimani define o sensacionalismo como “uma forma de tornar sensacional um fato jornalístico que, em outras circunstâncias editoriais, não mereceria esse tratamento”. (1995, p. 16).

Já Marcondes Filho afirma que a imprensa sensacionalista “não se presta a informar, muito menos a formar. Presta-se básica e fundamentalmente a satisfazer as necessidades instintivas do público”. (1986, citado por AGRIMANI, 1995, p. 15).

A fim de acompanhar essa imprensa, as empresas jornalísticas mudaram o seu perfil editorial, e conseguiram conquistar um público fiel, no qual apreciam esse tipo de “jornalismo”.

### 1.3 Jornalismo de Celebridade

Com as mutações no âmbito jornalístico, algumas empresas de comunicação têm o sensacionalismo como ferramenta chave, cuja finalidade é chocar, sensibilizar e atrair com fatos e notícias da esfera privada, o interesse público.

O jornalismo de celebridade nasceu da fusão da imprensa amarela e marrom no século XVIII. Danilo Agrimani explica a origem da imprensa amarela:

A entrada de Hearst em Nova York foi marcada por uma concorrência acirrada com Joseph Pulitzer. Os dois jornais, “World” (antes soberano no mercado) e o novo (e desafiador) “Journal” enfrentaram-se e usaram como arma o sensacionalismo. A origem do termo “imprensa amarela” vem dessa época. (1995, p. 21).

As técnicas que caracterizavam a imprensa amarela eram as manchetes escandalosas, em corpo tipográfico excessivamente garrafais, uso abusivo de ilustrações, impostura e fraudes, quadrinhos coloridos e artigos superficiais, campanha contra os abusos sofridos por pessoas comuns. (MOTT, citado por AGRIMANI, 1995, p. 22).

Já a imprensa marrom foi considerada ilegal, sem licença e que possui um procedimento não muito confiável em relação à apuração das fontes. Agrimani diz que “a expressão imprensa marrom ainda é amplamente utilizada quando se deseja lançar suspeita sobre a credibilidade de uma publicação”. (1995, p. 22)

Pode-se dizer que o jornalismo de celebridade é a fusão dessas duas imprensas, porque se baseia no sensacionalismo, e também, não costuma possuir fontes oficiais e críveis. Em algumas ocasiões as matérias são



elaboradas com base nas fofocas, ou de acordo com a agenda diária da celebridade.

O conceito de celebridade varia de acordo com as esferas da sociedade, no entanto, no espaço midiático celebridade<sup>1</sup> significa:

Uma pessoa amplamente reconhecida pela sociedade. A fama é o principal pré-requisito para o status de celebridade, mas nem sempre é suficiente. Algumas vezes um jogo é feito na tentativa de chamar atenção da imprensa, com notas divulgadas por uma assessoria sobre o dia-a-dia do artista ou até mesmo plantadas para causar polêmica. As celebridades atuais são principalmente figuras da mídia, especialmente da TV e do cinema.

O jornalismo de celebridade reafirma o tradicional “15 minutos de fama”, que hoje são gerados pelos realitys shows, cuja função é entreter, apelar e conquistar um público alvo.

O jornalismo de celebridade absorveu características do jornalismo contemporâneo, porque é o resultado das transformações sociais, econômicas e mercadológicas, da sociedade do século XX.

Para Leandro Marshall:

O jornalismo atual divorciou-se do modo clássico de fazer jornal. Em crise de identidade, o jornalismo contemporâneo perde as suas referências e torna-se um misto de linguagem, ideologia, estética, consumo, marketing e publicidade. (2003, p. 44).

Compreende-se que o jornalismo de celebridade faz um marketing pessoal das celebridades. E aliado ao marketing está à publicidade que utiliza-se da imagem como a sua principal ferramenta, pois ela alimenta a idéia de “credibilidade” para a notícia. No entanto, a informação perde o seu espaço, e torna-se um coadjuvante da imagem.

Um novo paradigma surgiu por conta das mudanças do mundo pós-moderno. Marshall explica que:

---

<sup>1</sup> O conceito de celebridade foi acessado no site [www.wikipedia.com.br](http://www.wikipedia.com.br), no dia 10/04/2008.

Esse novo paradigma concilia o imperativo audiovisual, novas tecnologias, globalização, livre mercado, sociedade de consumo, cultura kitsch, explosão e poluição informativa, estetização, marketização, liberalismo e crise de razão. (2003, p. 44).

Entende-se que o jornalismo de celebridade vai muito além do simples ato de informar, ele busca, por meio de outras técnicas, divulgar as personalidades, as suas vidas, as suas roupas, os seus namorados, maridos, affairs, entre outros, para um sociedade, totalmente, consumista.

## 1.4 Internet

A tecnologia que deu origem a Internet surgiu em 1969, nos Estados Unidos, pela Arpa (Agência de Pesquisa e Projetos Avançados), e tinha como objetivo pesquisar informações para o serviço militar. Para realizar as pesquisas eles criaram a Arpanet, uma rede nacional de computadores.

Segundo Pollyana Ferrari, autora do livro *Jornalismo Digital*, “a missão da agência era facilitar a comunicação com o Departamento de Defesa dos Estados Unidos”. (2003, p. 15).

Após vários testes, o Arpanet foi utilizado por novos usuários, principalmente, pesquisadores acadêmicos e universitários, no qual transferiam arquivos por meio de e-mails.

Os avanços tecnológicos continuaram e as empresas criaram ferramentas para melhorar o aspecto visual e agilizar a transmissão de dados. Em 1993 foi lançado o World Wide Web.. Ferrari explica que era uma “interface essencial para o ambiente gráfico: estável, fácil de instalar e de trabalhar com imagens simples em formato gráfico bitmap”. (2003, p. 17).

Já em 1996 existiam 56 milhões de usuários no mundo.

Naquele mesmo ano, 95 bilhões de mensagens eletrônicas foram enviadas nos Estados Unidos, em comparação as 83 bilhões de cartas convencionais postadas nos correios, segundo dados da Computer Industry Almanac. Para dar uma dimensão do crescimento da internet, o número de computadores conectados ao redor do mundo pulou de 1,7 milhões em 1993 para vinte milhões em 1997. (FERRARI, 2003, p.17).

No Brasil, os sites surgiram de empresas jornalísticas. O *Jornal do Brasil* foi o primeiro site jornalístico criado em 1995. No mesmo ano, apareceu a *Agência Estado*, e no ano 2000, a *Rede Globo* lançou o seu portal *Globo.com*, que era voltado para a programação da TV Globo, como novelas, telejornais, esportes e entretenimento.

O advento da tecnologia eletrônica estabeleceu interatividade, virtualidade, hipertextualidade e globalidade, mas provocaram uma transformação radical da natureza dos processos culturais baseados nas letras. (MARSHALL, 2003, p. 44).

A Internet diversificou o uso da linguagem jornalística, aumentou os assuntos de interesse, reduziu o trabalho do jornalista e trouxe mais veracidade para as notícias.

Para Ferrari,

A produção de conteúdo jornalístico para a internet consegue agrupar assuntos dispares que vão de bate-papos com cantores de música pop, passam por discussões sobre a nova coleção de roupas para a boneca Barbie ou o processo de clonagem humana, e chegam a estudiosos de Shakespeare; tudo editado por repórteres ou editores de “news” – que acabam, sem saber, mudando e influenciando hábitos de leitura, alterando o código visual, a língua corrente daquele país, o modo de fazer compras, de portar-se diante da vida e, principalmente, alterando a cobertura da mídia atual. (2003, p. 54).

Percebe-se que tanto o jornalismo tradicional, como o eletrônico, influenciam o cotidiano dos indivíduos comuns, e criam uma realidade que não é a realidade verdadeira, e sim olhar do jornalista sobre a realidade.

Marshall explica que “a mídia contemporânea, impressa ou eletrônica, parece transmitir em primeiro lugar, a realidade que preferencialmente lhe interessa”. (2003, p. 51)

Os sites utilizam-se do recurso da comunicação, por causa do poder de construir ou destruir a imagem das celebridades, que são indivíduos que vivem na esfera pública. E, para atrair um público diversificado, as empresas recorreram aos sites de entretenimento, como o site EGO, da *Globo.com*.

## 1.5 Site EGO

O Site EGO foi ao ar em 06 de março de 2006, como uma estratégia da Globo.com para deixar a área de entretenimento da empresa com uma aparência sofisticada.

Mas por que EGO? Porque é uma palavra usada para definir o segmento de celebridades sendo também uma expressão marcante. De acordo com Arcy Mera Júnior, repórter e pauteiro do site, o nome demorou um pouco a pegar, mas hoje, o EGO é líder de entretenimento na internet com 1,5 milhões de acessos por dia.

A linha editorial do EGO está direcionada para o prestígio e não para a audiência. O público-alvo são mulheres entre 20 e 40 anos. Os horários de pico de audiência são de 7 às 9 da manhã, e de 19 às 21 horas da noite. A equipe do site EGO é formada por 14 jornalistas no Rio de Janeiro e 5 em São Paulo.

O slogan do site EGO é “a área vip da internet”, e tem como objetivo retratar, de forma elegante, a vida das celebridades, e divulgar as informações de forma rápida e bem apurada.

Em relação à produção das notícias, Acyr Júnior <sup>2</sup> diz que “a vida de uma redação de internet é uma loucura. É muita coisa acontecendo ao mesmo tempo. As melhores notícias são as apuradas, as que corremos atrás. Poucas vezes assessorias mandam ótimas pautas”.

Ao completar dois anos, o site EGO passou por uma reformulação a fim de tornar a navegação mais fácil e aumentar a visibilidade das fotos.

A página de navegação do EGO é dividida em 23 links: notícias, fotos, celebridades, paparazzo, ego astral, bbb, flagra, noite, ensaio fotográfico, alterego, egogoumert, superego, conexão sp, sobressalto, rss, ego no seu celular, entrevista, últimas das celebridades, galeria de fotos, top celebridades, mais lidas, astros e seus milhões e assuntos mais vistos.

Percebe-se que o site utiliza recursos jornalísticos e publicitários, mas há distinção entre eles? Sabe-se que a publicidade financia todos os veículos de comunicação, contudo a produção da notícia é influenciada pelo mercado.

---

<sup>2</sup> Entrevista realizada com o repórter e pauteiro do site EGO, Acyr Mera Júnior, no dia 07/04/2008, pela pesquisadora Tacyanne Rodrigues.

## 2 A produção da notícia e a influência da publicidade

### 2.1 O que é jornalismo?

Vladimir Hudec define o jornalismo como “um fenômeno, próprio apenas da cultura moderna, de tipo extremamente ideológico”. (1981, p. 36). Mas Leandro Marshall acredita que o jornalismo é “a linguagem que codifica e universaliza a cultura hegemônica e legítima à lógica de mercado”. (2003, p. 23).

Na verdade o jornalismo tenta retratar a realidade, a partir de aspectos sociais, políticos, econômicos e culturais. Diante dessa consideração, pode-se dizer que o jornalismo exprime as ideologias e interesses de classes diferentes dentro de uma sociedade.

No entanto, o jornalismo do século XXI tem como principal objetivo o interesse comercial, ou seja, ser parte de uma indústria capitalista, cuja principal função é a mercadológica.

Entende-se por jornalismo:

Conjunto de materiais escritos ou impressos, falados ou visuais, muitas vezes em combinação, que de uma forma documental, descrevem a realidade social atual, especialmente a de importância universal, e que através da multiplicação por diversos meios de comunicação social têm impacto de massas sobre um público diferenciado. (HUDEC, 1981, p. 36).

A realidade social é o objeto retratado e refletido pelo jornalismo, mas ela é divulgada de maneira maciça e de caráter propagandístico. (HUDEC, 1991, p. 37).

O texto é a ferramenta essencial do jornalismo. De acordo com Nilson Lage:

O texto jornalístico procura conter informação conceitual, o que significa suprimir usos lingüísticos pobres de valores referenciais. A questão teórica consiste em estabelecer princípios tão gerais que permitam a constante atualização da linguagem e relacionados com os objetivos, o modo e as condições de produção de texto. (1999, p. 35).

O jornalismo converteu-se a idéia de processar informação em escala industrial e de consumo imediato, mas sem deixar de lado o uso da linguagem coloquial, que é a preferível. (LAGE, 1999, p. 36)

Como consequência das pressões mercadológicas e para fugir da ordem capitalista e autoritária, o jornalismo definiu características próprias como a atualidade, a universalidade, a fidelidade aos fatos, comprometimento, a publicidade, a multiplicidade, a periodicidade, a rapidez e a natureza institucional. (HUDEC, 1991, p. 38 a 40).

Todos esses aspectos se interligam e funcionam com o objetivo de proporcionar veracidade e credibilidade as matérias de caráter jornalístico, principalmente, do site EGO.

## 2.2 Atividade Jornalística

A atividade jornalística é composta pelas atividades social, ideológica e política dos que entendem, compreendem e trabalham com fenômenos e fatos, e que escrevem sobre eles, em uma determinada época da história. (HUDEC, 1981, p. 43).

Além disso, essa atividade é influenciada pelas idéias e interesses de uma classe socioeconômica dominante.

Embora a prática jornalística seja marcadamente influenciada pela vontade e capacidade subjetivas dos que trabalham neste campo, não só o conteúdo, mas também as formas e métodos de trabalho, a linguagem, o estilo e o grau de influência do jornalismo sobre a opinião pública dependem em todos os pormenores da atividade jornalística - diferente quanto à visão do mundo - que temos em mente numa determinada formação socioeconômica. (HUDEC, 1981, p. 44).

Apesar dessa influência, o jornalista tem que guiar-se pelos acontecimentos, e retratar a verdade em seu texto, pois os leitores não podem se sentir enganados.

Vladimir Hudec explica que:

O jornalista assume a grande responsabilidade não só de fornecer informações separadas, verdadeiras, de importância variada, mas também de possibilitar às massas um conhecimento verdadeiro no seu contexto mais vasto. (1981, p. 45).

Entende-se que dessa forma o leitor vai exercer a sua tarefa de discernimento e senso crítico em relação às informações transmitidas pelos jornalistas.

## 2.3 Noticiabilidade, Agenda Setting e Valores/Notícia

O site EGO utiliza-se de critérios de noticiabilidade, agenda - setting e valores/ notícia para auxiliar na produção das notícias.

Mauro Wolf explica que a noticiabilidade é constituída pelo complexo de requisitos que se exigem para os eventos para adquirir a existência pública da notícia. (2003, p. 196).

Pode-se dizer também que a noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os aparatos enfrentam



uma tarefa de escolher uma quantidade finita e estável de notícias. (WOLF, 2003, p. 196).

Já Altheide afirma que:

As notícias são o que os jornalistas definem como tais. Essa tese raramente é explicitada, visto que parte de *modus operandi* dos jornalistas é que os eventos ocorrem “fora”, e os primeiros limitam-se, simplesmente, a relatá-los. Em contrapartida, sustentar que os jornalistas fazem ou selecionam arbitrariamente as notícias seria contrário à sua posição epistemológica, uma teoria implícita do conhecimento, construída com base em procedimentos práticos para resolver exigências organizacionais. (ALTHEIDE, 1976, p. 113, citado por WOLF, 2003, P. 196).

O site EGO está direcionado no ramo de entretenimento, principalmente, para fazer a cobertura do mundo das celebridades. Então, a noticiabilidade torna-se uma ferramenta para auxiliar os jornalistas a não perderem o foco da empresa.

Em contrapartida, a teoria da agenda - setting determina quais serão os assuntos pautados pela mídia para a mídia.

Segundo Wolf, a agenda - setting é “um conjunto integrado de assuntos e estratégias de pesquisa”. (2003, p.144). No entanto, Shaw acredita que a maneira de hierarquizar os acontecimentos ou os temas públicos importantes, por parte de um indivíduo, assemelha-se à avaliação dos mesmos problemas praticada pela mídia. (SHAW, 1979, p.102, citado por WOLF, 2003, p. 146).

Aliado à agenda - setting estão os valores/notícia, que são critérios de relevância que auxiliam no processo de produção da notícia.

Além desses critérios de seleção de notícia, Leandro Marshall, acredita que “a fórmula da pirâmide invertida acaba valorizando sempre o diferente, o estranho, o anormal e o negativo, destacando e ampliando assim focos isolados e minoritários de uma realidade complexa”. (2003, p. 39).

A utilização da pirâmide invertida alimenta uma discussão em torno do fazer jornalístico, pois os jornalistas ficam presos ao fato de que noticiar é importante, e ao fazerem isso, eles mascaram a realidade.

## 2.4 A influência da publicidade

Primeiramente, a publicidade pode ser considerada uma promoção comercial que visa estimular o consumo de bens, mercadorias e serviços. (SAMPAIO, 1995, p.12).

Então, a publicidade tornou-se a base da sustentação econômica de muitas empresas, principalmente as de mídia de massa. E a sua linguagem pode ser considerada como um idioma universal que conecta os homens e dá sentido à realidade.

Com a pós-modernidade ocorreu uma transformação na linguagem jornalística, por causa de aspectos como o consumo, a publicidade, o entretenimento e o marketing.

Hoje, as fronteiras são cada vez mais tênues para diferenciar o jornalismo da publicidade. No site EGO há uma linha invisível entre os dois segmentos, o que dificulta essa distinção. A linguagem jornalística e publicitária tem as suas diferenças, mas se completam e se tornam únicas.

Para Nilson Lage, “a linguagem jornalística é basicamente constituída de palavras, expressões e regras combinatórias que são possíveis no registro coloquial e aceitas no registro formal”. (1999, p.35).

Segundo Jorge S. Martins, “não há uma língua própria da publicidade e sim determinadas habilidades e técnicas lingüísticas em uso nos anúncios e nos textos da propaganda rotulados de linguagem publicitária”. (1997, p. 33).

A publicidade tornou-se a linguagem do mercado de consumo que existe no mundo contemporâneo. O jornalismo não vive sem a publicidade, mas a publicidade vive sem jornalismo. Pode-se dizer que há apenas uma via, e de mão única.

Percebe-se que a publicidade passou a ser o ponto inicial e final das empresas de comunicação, pois são os anunciantes que financiam e mantêm a produtividade dentro das redações jornalísticas.

A questão vital, entretanto, na relação entre publicidade e a imprensa diz respeito à relação econômica que se estabelece nesse contato. De maneira geral, como o financiamento e a lógica publicitária estão incorporados e dão condição de existência aos jornais, a imprensa periódica precisa ser contextualizada como uma extensão da publicidade. Os jornais existem porque existe a publicidade. O jornalismo só se torna factível no e pelo financiamento do poder econômico publicitário. (MARSHALL, 2003, p.110).

A busca por leitores fez com que as empresas jornalísticas se tornassem reféns da publicidade, principalmente, pelo fato de gerar um poder econômico.

Leandro Marshall justifica que:

O jornalismo contemporâneo é hoje tachado de “cor-de-rosa” justamente por apresentar os padrões éticos e estéticos necessários para agradar o capital. Por isso, os jornais contemporâneos são tão perfumados, lipoaspirados, maquiados, embelezados. Eles são produtos que precisam estar adaptados para o consumo. (2003, p. 111).

Nessa perspectiva, a informação e a publicidade se confundem, pois não há limites entre as duas formas. De acordo com Marshall:

Cria-se uma notícia híbrida, uma metamorfose lingüística, um amálgama de discursos. Rompem-se os arames farpados que dividiam o campo do jornalismo e da publicidade e passa-se a criar, em seu lugar, uma mutação genética dirigida essencialmente ao mercado. (2003, p. 120).

Sob esse aspecto publicitário, é possível visualizar que no site EGO o espaço para anúncios é mínimo, mas a exposição das celebridades, por meio

de fotos é exorbitante. O que traz para as matérias de conteúdo jornalístico, uma característica totalmente publicitária.

### 3 Análise de conteúdo

A presente pesquisa analisou as matérias do site EGO no período de 03 a 06 de abril de 2008. Para a escolha dos dias levou-se em consideração o momento pós Big Brother Brasil 8, porque muitas celebridades instantâneas tinham sido lançadas na mídia, já que participaram de um reality show.

No final dos quatro dias, obteve-se uma amostragem de 159 matérias, sendo 109 produzidas no Rio de Janeiro, 30 em São Paulo, e 20 de outras localidades. Em relação ao enfoque das matérias, 99 foram a respeito de celebridades nacionais e 60 internacionais.

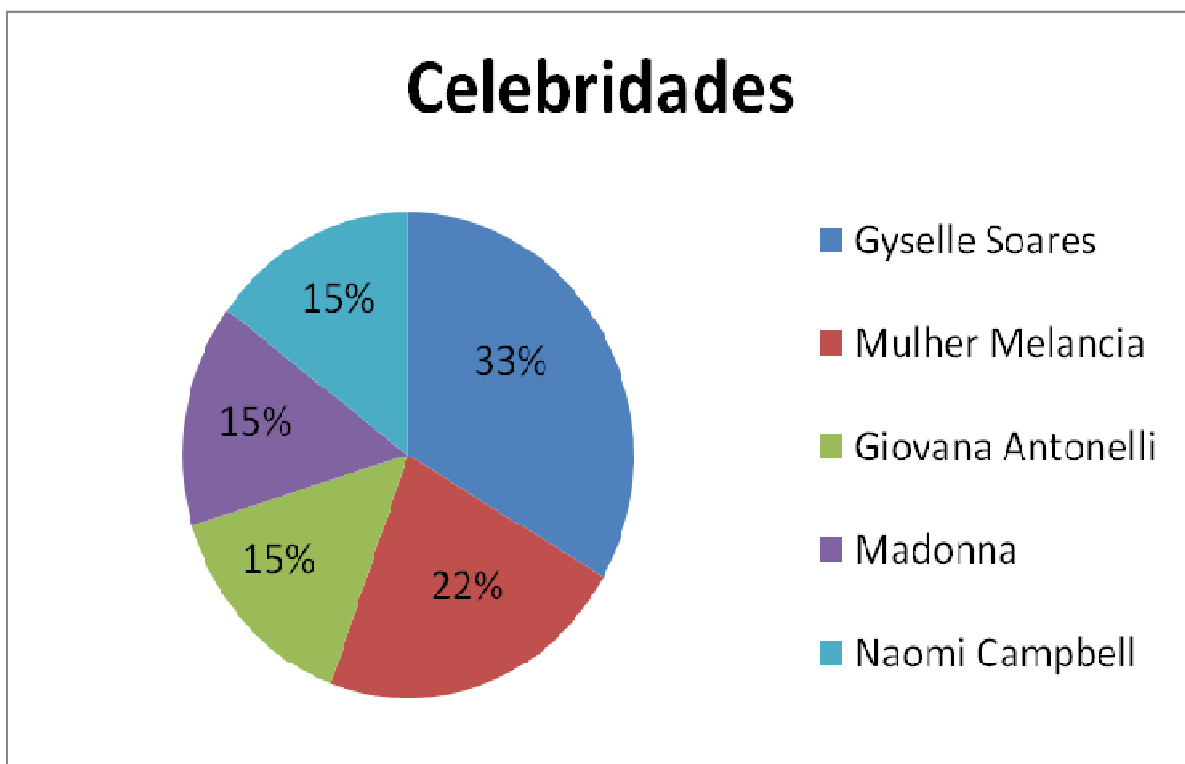
Para facilitar a análise de conteúdo foram elaboradas três categorias: quantidade de vezes que o nome da celebridade aparece no título, os substantivos e adjetivos referentes à elas.

De acordo com uma observação inicial de todas as matérias do site EGO, constatou-se a presença de cem celebridades, as quais foram listadas, abaixo, em ordem alfabética: Alan Pierre, Alexandre Scaquette, Allan Barros, Amy Winehouse, Analý Rosa, Angela Bismarchi, Ashley Olsen, Beyonce, Bianca Jahara, Bobby Brown, Britney Spears, Cameron Diaz, Camila Pitanga, Camila Rodrigues, Carmo de La Vechia, Carol Castro, Carolina Dieckmann, Cássio Reis, Cazuza, Chico Buarque, Claudia Schiffer, Daniele Valente, Daniela Cicarelli, Danielle Winits, Eliane Mickelly, Elisa Lucinda, Eva Langoria, George Clooney, Giovana Antonelli, Gisele Bündchen, Gloria Maria, Gwen Stefani, Gyselle Soares, Heath Ledger, Heather Mills, Irene Ravache, Iris Stefanelli, Ivete Sangalo, Jay Z, Jennifer Lopez, Jenniffer Garner, Jessica Alba, Jessica Biel, Jessica Simpson, Jose Wilker, Julia Lemmertiz, Juliana Góes, Juliana Knust, Juliana Paes, Justin Timberlake, Kanye West, Kate Moss, Kate Winslet, Laura Proença, Leticia Birkheuer, Leticia Colin, Lindsay Lohan, Livia Lemos, Luciano Huck, Luiza Brunet, Lula Santos, Madonna, Malu Mader, Marcos Parmagnani, Marcos Pasquim, Mariah Carey, Mariana Ximenes, Mary Kate, Matt Damon, Megan Fox, Mirella Santos, Mulher Melancia, Namorada do

Rafinha, Naomi Campbell, Narcisa Tamborindeguy, Natália Casassola, Nicole Richie, Ozzy Osborne, Pauloa Oliveira, Patrick Dempsey, Paula Lima, Pitty, Preta Gil, Rafinha, Renne Zellweger, Reynaldo Gianecchini, Rihanna, Rita Lee, Rod Stewart, Sabrina Sato, Salma Hayek, Seal, Serginho Groisman, Sérgio Dias, Sérgio Marone, Sheron Menezes, Suri Cruise, Suzana Werner, Tais Araújo, Thalita Lippi, Tathi Bione, Tom Brady, Tony Garrido, Tony Ramos, Victoria Beckham, Virna, Xuxa e Yoko Ono.

Após a elaboração desta lista, verificou-se a necessidade de reduzir a amostragem porque o trabalho seria extenso, cansativo e o foco da pesquisa poderia não ser alcançado. Para reduzir o corpus da pesquisa foi utilizado o primeiro critério de análise de conteúdo: a quantidade de vezes que o nome de cada celebridade apareceu nos títulos das matérias do Site EGO.

Então, constatou-se que Gyselle Soares apareceu nove vezes, a Mulher Melancia seis vezes, a Giovanna Antonelli, a Madonna e a Naomi Campbell quatro vezes, cada uma, conforme o gráfico abaixo



O gráfico 1 confirma o que foi citado no início do capítulo, já que o segundo lugar do Big Brother Brasil 8 ficou para Gyselle Soares, o que, posteriormente, influenciou nos critérios de noticiabilidade e agenda-setting do site EGO.

Os títulos das matérias a respeito de Gyselle Soares referiram-se a: Prótese de silicone nos seios levanta auto-estima de Gyselle Soares; Gyselle Soares vai ao Piauí pela primeira vez após o BBB; Gyselle tem encontro emocionante com o pai que é alcoólatra; Namorado de Gyselle já fala algumas frases em português; Gyselle Soares foge da piscina no BBB para não prejudicar o cabelo, e com razão; Saiba quem é Elza Pontes, a cabeleira que faz sucesso entre as celebridades; Gyselle Soares e o namorado, Alex Sayhi, passeiam pelo Rio em clima de romance; Cachê de Gyselle e Natália Casassola custa R\$ 3 mil; Gyselle Soares grava matéria para o “*Mais Você*” sobre a cajuína.

A Mulher Melancia tornou-se “popular” por ser dançarina do Mc Créu. A sua exposição midiática ocorreu porque ela tinha deixado de fazer parte do grupo de funk, e por ter sido convidada a posar nua para a *Playboy*. O enfoque dado pelo site foi: Mulher Melancia teme que Créu não vá ao lançamento de sua edição da *Playboy*; “Acho ele lindo, mas nunca nem vi”, diz Mulher Melancia sobre o jogador Adriano; Mulher Melancia em sua primeira noite de autógrafos; Clubes proíbem jogadores de irem ao lançamento da revista da Melancia; A Tavares Bastos é a favela do momento; Mulher Melancia invade o Maracanã.

A atriz global Giovanna Antonelli tornou-se sensação no mundo das celebridades, após o término do seu relacionamento com o ator Murilo Benício. O site EGO divulgou as seguintes matérias: Ex de Galisteu passa madrugada com Giovanna Antonelli; Glória Maria e Giovanna Antonelli assistem a Claudia Jimenez no teatro; Namoro de Giovanna Antonelli segue firme e forte; Giovanna Antonelli almoça com o namorado e o filho.

Madonna estrela da música pop não perde o trono. A cantora com sua irreverência e maestria foi retratada da seguinte maneira: Madonna tenta acordo final para a adoção de David Banda; Estréia novo clip de Madonna com participação de Justin Timberlake; Madonna tira a blusa no clipe de “4 minutes”; Saiba o que esperar de Hard Candy, o novo disco de Madonna.

A modelo Naomi Campbell cai do salto alto. De acordo com o site EGO, as matérias intituladas foram: Naomi Campbell exhibe beleza negra em ensaio brasileiro; Naomi Campbell é presa no aeroporto londrino de Heathrow; Naomi Campbell pode pegar até seis meses de prisão; “Estou bem, mas fui muito maltratada”, diz Naomi Campbell sobre a sua prisão.

Para avaliar a segunda e terceira categoria considerou-se que os substantivos que estão presentes nas matérias equivalem à informação, ou seja, ao conteúdo jornalístico, e por sua vez os adjetivos equivalem à persuasão, ou seja, ao conteúdo publicitário.

Segundo as normas gramaticais da língua portuguesa, os substantivos dão nome às coisas, e os adjetivos qualificam os nomes. Porém, os substantivos e adjetivos não necessariamente, precisam ser palavras únicas, mas sim frases ou períodos.

A tabela 1, em anexo, mostra a divisão das matérias pelo nome das celebridades, e os substantivos e adjetivos referentes a elas respectivamente. Para elucidar essa separação entre substantivos e adjetivos foram selecionados alguns exemplos, de acordo com a tabela 2 abaixo:



<b>Gyselle Soares</b>	
<b>Substantivo</b>	<b>Adjetivo</b>
Gyselle Soares chegou a conclusão de que era preciso aumentar o tamanho dos seios.	Por serem pequenos e diferentes do padrão das mulheres européias.
A piauiense embarcou na manhã desta sexta-feira acompanhada da mãe Josélia.	Desembarque promete ser de muita festa.
Gyselle Soares fugiu do tão sonhado sonho como o diabo foge da cruz.	Tudo para não estragar as suas tão comentadas madeixas.
<b>Mulher Melancia</b>	
A dançarina estará em vários eventos e festas durante a próxima semana por conta da edição especial da <i>Playboy</i> .	Será que Andressa vai agüentar o pique ou não vai sobrar nem semente da Melancia pra contar história?
Andressa Soares ficou sem 22 jogadores em campo.	A beldade fez questão de convidar os jogadores para a primeira noite de autógrafos.
<b>Giovanna Antonelli</b>	
Deputado federal Fábio Faria passou o último final de semana na companhia de Giovanna Antonelli.	Ex-namorado de Adriane Galisteu e a atriz se divertiram em um restaurante.
<b>Madonna</b>	
Madonna	Novíssimo clipe
<b>Naomi Campbell</b>	
Naomi foi algemada a bordo do avião, que ainda não tinha decolado.	Após se comportar de forma grosseira e agressiva

Verificou-se em uma primeira análise um total de 169 substantivos e 115 adjetivos. Em algumas matérias constatou-se uma quantidade maior de substantivos, e em outras uma quantidade maior de adjetivos. No entanto, com uma observação geral percebe-se que:

1) Gyselle Soares foi representada como um exemplo de superação porque saiu do Piauí para tentar ganhar a vida como modelo na França. O site divulgou a sua agenda que possui fatos relevantes como a sua saída do Rio de Janeiro, após o Big Brother, o reencontro dramático com o seu pai biológico no Piauí, passeio que fez com o namorado modelo Alex Sayhi, pelo Rio de Janeiro, a transformação dos cabelos pelas mãos da cabeleireira Elza Pontes, o preço do seu cachê para comparecer em eventos, e por fim, a sua aparição no programa Mais Você, de Ana Maria Braga, no qual apresentou, através de uma reportagem, a produção da bebida típica do Piauí, a cajuína.

2) A Mulher Melancia, ex dançarina do Mc Créu é considerada uma celebridade que faz sucesso por ter um corpo bonito. E isso fica evidente no site EGO porque todas as matérias referentes a ela são para divulgar o lançamento da revista masculina *Playboy*, na qual foi capa de uma edição especial. A rotina da Mulher Melancia resume-se em festas, noites de autógrafos, e a presença de funkeiros, pagodeiros e jogadores de futebol. Além da revelação da favela Tavares Bastos que foi cenário das fotos da *Playboy* e tornou-se um lugar positivo para a gravação de novelas, minisséries e filmes da grande mídia.

3) Giovana Antonelli foi caracterizada pelo site EGO como uma namoradeira, principalmente, por jantar com o deputado federal Fábio Faria, que é ex de Adriana Galisteu. E, depois, por circular com o namorado, o empresário Arthur Fernandes. O site divulgou o espetáculo *No Natal a gente vem te buscar*, quando ela foi assistir a pré-estréia com a amiga Glória Maria.

4) Madonna foi representada como a popstar de coração bom, que luta pela custódia provisória de David Banda, criança que pretende adotar. O site fez a publicidade do lançamento do novo disco intitulado “Hardy Candy”, e da

música de trabalho “4 minutes”, que tem a participação especial de Justin Timberlake, um dos ídolos da juventude pop norte-americana.

5) Naomi Campbell foi mais uma vez exposta de maneira negativa. Ela foi presa, novamente, após agredir e tratar mal um comissário de bordo quando embarcava no aeroporto de Londres. Sabe-se que ela já teve vários problemas com a justiça, e um caso mais recente foi a agressão a sua empregada doméstica. Por mais que ela seja um super modelo, a sua imagem está associada na mídia pelas suas prisões.

Nota-se, portanto, que as matérias que mais apresentaram características jornalísticas foram as de Gyselle Soares e de Naomi Campbell. No caso de Gyselle há informação porque ela tinha ganhado o segundo lugar no Big Brother Brasil, o seu regresso ao Piauí e o reencontro com os familiares e o namorado. As reportagens de Naomi apresentaram um caráter de denúncia, algo que ocorre com frequência no jornalismo, já que ela foi presa no aeroporto de Londres por mau comportamento e agressão.

Porém, as matérias sobre a Mulher Melancia, Giovanna Antonelli e Madona tiveram um aspecto totalmente publicitário, ou seja, a divulgação da revista Playboy, cuja capa pertence à Mulher Melancia, ao espetáculo que Giovanna Antonelli foi assistir e o novo CD de Madona.

Portanto, após essas inferências é possível afirmar as matérias do site EGO possuem elementos jornalísticos como lead, apuração, linguagem coloquial, noticiabilidade, agenda-setting e valores/notícia, no conteúdo. No entanto, a publicidade influencia de forma direta e significativa, principalmente, quando tenta, por meio do uso de adjetivos, vender e divulgar a imagem das celebridades.

## 4 Considerações Finais

Este trabalho de conclusão de curso propôs fazer uma análise de conteúdo das matérias do site EGO com objetivo de identificar os elementos jornalísticos no texto. Além disso, esta pesquisa quis mostrar como o jornalismo de celebridade está inserido na sociedade contemporânea e qual a influência da publicidade na produção da notícia.

A partir de um embasamento teórico, e posteriormente, com a análise de conteúdo, foi possível confirmar a hipótese de que o site EGO não mascara os elementos jornalísticos em suas reportagens. No entanto, a publicidade consegue, por meio da persuasão, transformar a notícia sob um aspecto empresarial, ou seja, a venda e divulgação da imagem das celebridades.

O site EGO, apesar de ter uma produção da notícia igual a de uma redação jornalística e apresentar critérios como noticiabilidade, agenda-setting e valores/notícia, a informação não passa de uma ferramenta para expor e ampliar o mundo das celebridades.

A presente pesquisa limitou-se a verificar e diferenciar a linguagem utilizada no jornalismo e na publicidade, a fim de ampliar a visão do leitor de que está cada vez mais tênue a linha que separa os dois segmentos, e o quanto isso influencia na hora de apurar, escrever, editar e publicar uma matéria. O papel do jornalista se perde nesse processo e quando isso acontece fica difícil voltar na essência principal do jornalismo, que é a apuração dos fatos e a difusão da informação.

Para fazer a separação dos adjetivos e substantivos utilizou-se o aspecto intuitivo, que, posteriormente, proporcionou uma dúvida para a pesquisadora quanto aos elementos que diferenciam jornalismo da publicidade. Porém, ao reduzir o corpus da análise de 159 para 25 matérias e ao aplicar as categorias previamente escolhidas como a quantidade de vezes que cada

celebridade apareceu nos títulos, os substantivos e adjetivos facilitaram o processo de análise.

Pode-se recomendar que seja feita uma futura pesquisa baseada no infoentretenimento, que é a informação como entretenimento na mídia.

## 5 Referências

ABREU, Alzira Alves de. **A modernização da Imprensa**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2002.

AGRIMANI SOBRINHO, Danilo. **Espreme que sai sangue: um estudo sensacionalismo na imprensa**. São Paulo: Summus, 1995.

BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

FERRARI, Pollyanna. **Jornalismo Digital**. São Paulo: Contexto, 2003.

HUDEC, Wladimir. **O que é jornalismo?** 2º Edição. Lisboa: Guide – Artes, 1981.

LAGE, Nilson. **Linguagem Jornalística**. 6º Edição. São Paulo: Ática, 1998.

MARSHALL, Leandro. **O jornalismo na era da publicidade**. São Paulo: Summus, 2003.

MARTINS, Jorge S. **Redação Publicitária: teoria e prática**. 2º Edição. São Paulo: Atlas, 1997

WOLF, Mauro. **Teorias das comunicações de massa**. 1º Edição. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

## Apêndice A

Gyselle Soares		
Matéria	Substantivo	Adjetivo
<p>Depois de participar do reality show "Île de La Tentation", na França, Gyselle Soares chegou a conclusão de que era preciso aumentar o tamanho de seus seios. Por serem pequenos, diferentes do padrão das mulheres européias, Cajuína perdeu trabalhos fotográficos. "Lá na França as mulheres são magras e de peito. Como o meu era menor, não saía bem nas fotos e perdi muito trabalho por causa disso", conta ela ao EGO.</p> <p>Disposta a dar um up no visual e faturar capas de revista, Gyselle veio para o Brasil, conversou com a mãe Josélia e decidiu colocar silicone com um médico conhecido da família em Fortaleza, no Ceará. "Imagina se aqueles médicos gringos iam colocar a mão em mim? Nem morta eu ia deixar! Só me opero no Brasil mesmo", assegura com uma espontaneidade que não foi mostrada no confinamento do BBB.</p> <p>Após a operação plástica ela voltou para a Europa. A cirurgia não só a fez ganhar novos trabalhos como modelo, como também lhe devolveu a auto-estima. Como sempre quis ter seios maiores, Gyselle se utilizava de um truquezinho para aumentá-los. Quando ia para uma festa, enchia o sutiã de papel higiênico. "Imagina a situação. Se conhecesse algum rapaz numa festa, nem podia namorar depois. Já pensou se ele descobrisse que tudo era falso?"</p>	<p>Gyselle Soares chegou a conclusão de que era preciso aumentar o tamanho dos seios / Cajuína perdeu trabalhos fotográficos / Gyselle veio para o Brasil/ Mãe Josélia/ Médicos gringos/ Seios maiores</p>	<p>Por serem pequenos e diferentes do padrão das mulheres européias / na França as mulheres são magras e de peito / meu era menor, não saía bem nas fotos e perdi muito trabalho por causa disso/ Disposta a dar um up no visual e faturar capas de revista/ colocar silicone/ Nem morta / Espontaneidade/Truquezinhos para aumentá-los</p>
<p>Depois de passar três meses confinada no "Big Brother Brasil 8" e de cumprir uma agenda intensa desde que saiu da casa, Gyselle Soares finalmente volta para o Piauí. Ela vai rever sua família, que está na cidade de Timon. A piauiense embarcou na manhã desta sexta-feira, 4, no Aeroporto Internacional Tom Jobim, no Rio de Janeiro, acompanhada de sua mãe, Josélia. O desembarque promete ser de muita festa, e os fãs já aguardam a segunda colocada do reality show no aeroporto de Teresina.</p>	<p>Gyselle Soares agenda intensa depois que saiu da casa/ Piauiense embarcou na manhã desta sexta-feira acompanhada da mãe Josélia</p>	<p>Finalmente volta para o Piauí/ Desembarque promete ser de muita festa/ Os fãs já aguardam a segunda colocada do reality show</p>
<p>Gyselle Soares foi recebida em Timon, no Piauí, com honras de chefe de estado nesta sexta-feira, 4. Depois de três meses e meio ausente de sua terra natal, a piauiense acompanhada da mãe Josélia Soares, deixou o Rio de Janeiro às 8h40 e desembarcou no aeroporto Petrônio Portela, em Teresina, com um atraso de nove horas. Uma multidão a aguardava desde o início da tarde. Para recepcionar sua moradora mais ilustre, vários ônibus foram fretados para transportar sua torcida do Maranhão ao Piauí. O momento mais emocionante foi quando ao descer do avião e se deparar com uma multidão com faixas, cartazes, flores e presentes destinados a ela, Gyselle encontrou o pai biológico, Joaquim Estevão. Por causa de alcoolismo paterno, a mãe da modelo fugiu de casa quando a ex-sister tinha 8 anos acompanhada dos outros filhos. Ao EGO, Gyselle revelou que nunca o aceitou. Hoje a emoção foi tão grande que ela esqueceu as brigas do passado e abraçou Joaquim às lágrimas. "Amo muito você viu. Deixa o passado para lá", disse a ele que também estava aos prantos. Do Aeroporto a cajuína circulou pela cidade em cima do carro de bombeiros seguida por uma carreta que invadiu as ruas de Teresina até chegar a Timon. As duas cidades são próximas uma da outra, separadas apenas por uma ponte que as une sobre o rio Parnaíba. Após o percurso, Gyselle foi levada ao Clube Cacique de Ramos, no centro da cidade maranhense onde uma festa animada com forró a aguardava. Após conceder uma entrevista coletiva e saudar todos os fãs, seguiu para a casa da mãe, no bairro São Benedito.</p>	<p>Gyselle Soares foi recebida em Timon com honras do chefe de estado/ A piauiense acompanhada da mãe Josélia Soares desembarcou no aeroporto Petrônio Portela/ Gyselle encontrou o pai biológico Joaquim Estevão/ Gyselle revelou que nunca o aceitou/ a cajuína circulou pela cidade/ Gyselle foi levada ao Clube Cacique de Ramos</p>	<p>Meio ausente de sua terra natal/ Uma multidão aguardava desde o início da tarde/ Para recepcionar a moradora mais ilustre, vários ônibus foram fretados para transportar sua torcida do Maranhão ao Piauí/ O momento mais emocionante/ abraçou Joaquim às lágrimas/ também estava aos prantos/ por uma carreta que invadiu as ruas de Teresina/ festa animada com forró</p>
<p>Alex Sayhi, o namorado de Gyselle Soares está craque no português. O modelo francês filho de tunisiano e neto de</p>	<p>Alex Sayhi / Gyselle Soares/ A técnica dela foi passar dia e</p>	<p>Está craque em português/ modelo francês filho de</p>

<p>italianos por parte materna vem seguindo à risca as orientações de Gy. Para que ele aprenda bem sua língua, ela sugeriu que Alex colocasse em prática a mesma técnica que a piauiense usou quando chegou a Paris sem falar uma palavra de francês há cinco anos.</p> <p>A técnica dela foi passar dia e noite em frente à TV local para, assim, aprender mais rápido a língua. A lição aprendida por Gyselle deu certo e pelo visto também vem surtindo o mesmo efeito para Alex que além de falar o francês, o italiano e o inglês, vem se comunicando muito bem na língua de Camões. “Ele ficava nervoso porque queria se expressar melhor nas entrevistas e as pessoas entendiam errado o que ele falava. Agora não, Alex já consegue falar um monte de coisas em português”, conta ela.</p> <p>Como tinha pouco dinheiro para pagar um curso de francês, Gyselle usou a criatividade para estudar a língua quando se mudou para a Europa. Nas bancas de jornal ela comprou revistas com CD e se dedicou a decorar as lições. “Foi assim que a piauiense aprendeu francês ma chérie. Passei muita noite em claro vendo TV”, lembra ela.</p>	<p>noite em frente à TV local/ Paris/ nas bancas de jornal ela comprou revistas com CD e se dedicou a decorar as lições</p>	<p>tunisiano e neto de italianos vem seguindo a risca as orientações de Gy/ ele vem se comunicando muito bem na língua de Camões/ usou a criatividade para estudar a língua</p>
<p>Quando um candidato a participar do “Big Brother Brasil” consegue entrar no programa, a primeira coisa que fala é sobre o desejo de mergulhar na piscina. Mas, nesta oitava edição Gyselle Soares fugiu do tão sonhado lugar como o diabo foge da cruz. Tudo para não estragar as suas tão comentadas madeixas. E ela tinha razão. O cloro prejudica muito o cabelo. É o que diz Elza Pontes, a responsável pela mudança radical no look de Gyselle. “Piscina é um horror, só pode ir quem tem o cabelo muito bom e bem cuidado”, diz. A frase pode parecer radical, mas não há fios mau tratados que resistam. Mas, se a pessoa é cuidadosa, vai ao cabeleireiro e tem o hábito de fazer hidratação pode dar um mergulho. Com a água do mar, a história muda. “O sal não prejudica os cabelos. Se a pessoa quiser usar um creme, pode passar, mas logo depois tem que lavá-los. Nada de deixar o produto agir no cabelo, ainda mais no calor, porque ele queima e cria bolsas na raiz. Já existe um óleo natural nos fios, deixe-o agir”, aconselha Elza.</p> <p>A especialista que transformou os cabelos de Gy dá uma receita caseira que pode ser usada, tanto na piscina, quanto na praia. “Água de coco. Ela hidrata muito bem, não tem problema em abusar”, conta Elza Pontes.</p>	<p>Candidato a participar do Big Brother Brasil desejo de mergulhar na piscina/ O cloro prejudica o cabelo/ Elza pontes a responsável pela mudança/ Água do mar/ Sal não prejudica os cabelos/ A especialista/ Água de coco</p>	<p>Gyselle Soares fugiu do tão sonhado lugar como o diabo foge da cruz/ tudo para não estregar as suas tão comentadas madeixas/ radical no look de Gyselle/ piscina é um horror só pode ir quem tem o cabelo muito bom e bem cuidado/ que transformou os cabelos de Gy/ Ela hidrata muito bem, não tem problema de abusar</p>



Mulher Melancia		
<p>Não adianta, a semana, quiçá o mês, pertencem à Andressa Soares, a Mulher Melancia . A dançarina estará em vários eventos e festas durante a próxima semana por conta da edição especial da "Playboy", da qual é capa .Mas um detalhe a preocupa: a ausência do Mc Crêu durante o lançamento de sua revista."Tem alguém que eu gostaria que fosse muito, que é o Crêu. Gostaria muito de contar com a presença dele", diz ela sobre o funkeiro Sérgio Costa, também conhecido como MC Crêu. A rotina do lançamento da revista de Andressa começa no sábado, 5, quando ela será anfitriã de uma festa oferecida pela revista para a dançarina e seus amigos. Na lista de convidados, funkeiros - o Crêu, é claro -, pagodeiros e jogadores de futebol do Flamengo e do Vasco. No domingo, é a vez de Andressa dar pinta em um camarote no Maracanã para assistir a partida entre Vasco e Flamengo pelo segundo turno do campeonato carioca. A dançarina que é vascaína, mas já vestiu a camisa do Flamengo para um ensaio do EGO (Assista ao vídeo da matéria abaixo), queria entrar em campo com os jogadores, mas não foi autorizada pela federação de futebol. "Todo mundo me pergunta dessa história dos times. Aprendi a ser vascaína com a minha mãe, mas tenho o Flamengo no meu coração. É uma luta da razão com a emoção", diz às gargalhadas. Na segunda, 7, Melancia ainda autografa sua revista em um shopping no Rio, e na quarta-feira, 9, a moça ganha nova festa, em uma boate da Barra da Tijuca. Será que Andressa vai agüentar o pique ou não vai sobrar nem semente de Melancia para contar história?</p>	<p>Andressa Soares, a Mulher Melancia/ Edição especial da "Playboy"/ Ausência do Mc Crêu no lançamento da revista/ A rotina de lançamento da revista de Andressa/ Funkeiros, pagodeiros e jogadores de futebol do Flamengo e do Vasco são os convidados da festa / A dançarina que é vascaína</p>	<p>Não adianta, a semana, quiçá o mês/ A dançarina estará em vários eventos e festa/ um detalhe a preocupa/ ela será anfitriã de uma festa oferecida pela revista/ dar pinta em um camarote no Maracanã/ Será que Andressa vai agüentar o pique ou não vai sobrar nem semente de Melancia para contar história</p>
<p>Ela é uma das mulheres mais desejadas do momento. Ele também não fica atrás e é sempre visto na companhia de belas mulheres. Então, por que não juntar os dois? Apesar da boa intenção de algumas pessoas em promover o casal Andressa Soares, a Mulher Melancia , e o jogador de futebol Adriano, do São Paulo, a dançarina garante que tudo não passa de boato."Acho ele lindo, e um ótimo jogador, mas nunca nem o vi", diz ela rindo. A morena que deve enlouquecer os marmanjos com a edição especial da "Playboy", da qual é capa, garante que está solteira, mas em busca de um namorado. "Estou solteira, sem namorado, mas procurando um. Mas tá difícil", brinca.</p>	<p>Ela é uma das mulheres mais desejadas no momento/ Ele também não fica atrás e é sempre visto na companhia de belas mulheres/ Andressa Soares e o jogador de futebol Adriano</p>	<p>boa intenção / acho ele lindo, e um ótimo jogador/ a morena que deve enlouquecer os marmanjos</p>
<p>Chegou o segundo dia mais esperado pelos marmanjos do Brasil ultimamente: o dia de autografar a edição especial da "Playboy" que traz na capa a dançarina Andressa Soares, a Mulher Melancia - ou Garota Melancia, como ela prefere ser chamada agora. O primeiro dia, é claro, foi a data em que a publicação chegou às bancas, na sexta-feira, 4. Mas apenas poucos e bons puderam desfrutar dessa primeira rodada de autógrafos, já que a "Playboy" optou por presentear Andressa com uma festa apenas para amigos da dançarina. O evento aconteceu na boate D Club, na Barra, no sábado, 5. Um dos primeiros a garantir a assinatura da dançarina foi o ex-BB Agostinho Fernandes, o "Batatinha", que foi conferir a Melancia de perto. "Estou muito ansiosa com o lançamento. Minha expectativa maior é a de autografar a minha revista no Maracanã e no Camelódromo do Rio. Estou muito feliz porque desde que eu tinha 12 anos o meu sonho era fazer sucesso e eu consegui quando eu menos esperava", contou. Além de Agostinho, o EGO também ganhou um autógrafo especial para brindar seus internautas. Andressa fez questão de dedicar sua assinatura para o primeiro veículo a revelá-la. Ausência sentida na noite foi a do MC Crêu , que não pôde comparecer por estar fazendo show em São Paulo. Mas para quem ficou triste achando que não vai ter oportunidade de ver a beldade de perto e assinando sua revista, pode ficar sossegado. A dançarina avisa que participará de uma série de eventos para a divulgação de sua revista. Um deles acontece na segunda - feira, 7, em um shopping na Zona Norte, no Rio de Janeiro, e o outro ocorre na quarta-feira, 9, em uma nova boate na Barra da Tijuca. Ou seja, tem melancia para todo mundo!</p>	<p>Dia de autografar a edição especial da Playboy/ Mulher Melancia/publicação chegou a bancas/ boate D Club/ ex-BBB Agostinho Fernandes, o "Batatinha"/ Maracanã e Camelódromo / ausência do MC Crêu/ A dançarina vai participar de uma série de eventos para a divulgação de sua revista</p>	<p>Segundo dia mais esperado pelos marmanjos do Brasil ultimamente/ apenas poucos e bons puderam desfrutar dessa primeira rodada de autógrafos/ um dos primeiros a garantir a assinatura da dançarina/ Estou muito feliz porque desde que eu tinha 12 anos o meu sonho era fazer sucesso/ EGO também ganhou um autógrafo especial para brindar seus internautas/ tem melancia para todo mundo</p>

<p>Andressa Soares, a dançarina que ficou conhecida como a Mulher Melancia , ficou sem 22 jogadores em campo ontem. Explica-se! A beldade que diz que aprendeu a ser vascaína com a mãe, mas tem uma grande simpatia pelo Flamengo, fez questão de convidar os jogadores dos dois clubes para a primeira noite de autógrafos da edição especial da "Playboy", da qual é capa, na noite do sábado, 5, na boate D Club, na Barra da Tijuca, no Rio. A ausência dos jogadores do Vasco já era esperada por causa do jogo que acontece neste domingo, 6, no Maracanã, contra a equipe rubro negra pela Taça Rio. Mas havia esperança de que alguns jogadores do time principal do Flamengo comparecessem, já que eles não estão escalados para a partida no Maracanã, e sim o time reserva. A idéia do técnico Joel Santana é poupar os principais astros do time para o jogo da quarta-feira, 9, contra o Cienciano, pela Libertadores da América. "Até o último momento alguns deles eram presenças confirmadas na festa. Mas os clubes não liberaram os jogadores por causa do jogo", contou o assessor de Andressa Soares. Pelo visto, farra só depois do jogo</p>	<p>Andressa Soares ficou sem 22 jogadores em campo/ noite de autógrafos da edição especial da Playboy/ Boate D Club/ Joel Santana poupar os principais astros do time</p>	<p>a beldade fez questão de convidar os jogadores/ ausencia dos jogadores do Vasco/ esperança de que alguns jogadores do time principal do Flamengo</p>
<p>Se a Cidade de Deus já teve seu momento de glamour nos cinemas, a favela da vez no meio artístico é a Tavares Bastos. Localizada no bairro do Catete, zona sul do Rio, a comunidade virou referência quando se fala em filmagens ou ensaios fotográficos. Foi lá que Andressa Soares, a Mulher Melancia , fez as fotos para "Playboy" que ela vai autografar neste domingo, 6, no Maracanã. A favela foi só uma das locações do ensaio da dançarina do Crêu, que disse ter ficado à vontade apesar de ter sido clicada com muita gente observando-a. A favela já serviu de locação para gravações da novela "Beleza Pura" e foi lá também que Edward Norton rodou cenas de "O Incrível Hulk" . Com a sede do Bope instalada no alto do morro, a Tavares Bastos é um caso raro de favela onde nem tráfico nem milícias conseguiram cavar espaço. E é essa tranquilidade que atrai equipes de filmagem. Acostumados com a presença de câmeras na área, os moradores já até ajudam nas produções. Nas filmagens de "Hulk", por exemplo, parte da equipe técnica foi contratada ali mesmo. A Tavares Bastos também serviu de cenário para "Tropa de Elite" , ao lado de outras cinco favelas. Depois do incidente do roubo das armas cenográficas, porém, a equipe desistiu de filmar em favelas e a comunidade do Catete também foi deixada de fora. O morro Bastos também já serviu de cenário para gravações da novela "Caminhos do Coração" e de quadros do "Show do Tom", ambos da Record.</p>	<p>Cidade de Deus/ Tavares Bastos localizada no bairro do Catete, zona sul do Rio/ comunidade virou referencia quando se fala em filmagens ou ensaios fotográficos / Andressa Soares, a Mulher Melancia fez as fotos lá/ A favela já serviu de locação para as gravações de Beleza Pura/ Edward Norton rodou cenas de "O incrível Hulk"/ Sede do Bope instalada no alto do morro / Tropa de Elite/ Caminhos do Coração/ Show do Tom</p>	<p>momento de glamour nos cinemas/ a favela da vez no meio artístico/ tranqüilidade atrai equipes de filmagem</p>
<p>Capa da edição especial de abril da revista "Playboy", que chegou às bancas na sexta-feira, 4, Andressa Soares , a Mulher Melancia, dedicou o domingo, 6, ao esporte, ou melhor, aos fãs de futebol. A dançarina conferiu o clássico deste domingo no estádio do Maracanã.Andressa assistiu ao jogo entre Vasco e Flamengo do camarote da revista "Placar" e foi bastante assediada pelos torcedores. No intervalo do jogo, a Mulher Melancia conversou e tirou fotos com os fãs. Um sortudo também ganhou um exemplar da revista autografado pela morena. Andressa é vascaína e saiu do Maracanã satisfeita com o empate por 2 a 2. Na noite de sábado, 5, Andressa fez sua primeira noite de autógrafos, no evento que aconteceu na boate D Club, na Barra da Tijuca.</p>	<p>Mulher Melancia dedica domingo, ao esporte, ou melhor, aos fãs de futebol/ A dançarina conferiu o clássico entre Vasco e Flamengo/ Camarote da Placar / Andressa fez sua primeira noite de autógrafos/ Boate D Club</p>	<p>um sortudo também ganhou um exemplar da revista autografado pela morena/ Andressa é vascaína e saiu do Maracanã satisfeita</p>

<b>Giovanna Antonelli</b>		
O deputado federal Fábio Faria passou o último fim de semana no Rio de Janeiro na companhia de Giovanna Antonelli . O ex-namorado de Adriane Galisteu e a atriz se divertiram em um restaurante da cidade. Segundo o jornal "Folha de S. Paulo" desta sexta-feira, 4, Faria foi visto no restaurante Boox, em Ipanema, com Giovanna. A publicação afirma que eles atravessaram a madrugada no local com amigos. Fábio Faria e Adriane Galisteu namoraram por dez meses e terminaram o relacionamento recentemente.	Deputado federal Fábio Faria passou último final de semana na companhia de Giovanna Antonelli/ Folha de S. Paulo/ Restaurante Boox/ Fábio Faria e Adriane Galisteu namoraram por 10 meses	Ex namorado de Adriane Galisteu e a atriz se divertiram em um restaurante/ atravessaram a madrugada no local com amigos/ terminaram o relacionamento recentemente
Giovanna Antonelli e Glória Maria assistiram aos namorados Claudia Jimenez e Rodrigo Phavanello no Teatro Leblon, no Rio, nesta quinta-feira, 3. A atriz vive uma solteirona na peça escrita por Naum Alves de Souza, "No Natal a Gente Vem Te Buscar". Essa foi a segunda vez que Giovanna conferiu o espetáculo. A primeira foi na pré-estréia, no dia 26 de março - ela estava com seu namorado, Artur Fernandes.	Giovanna Antonelli e Glória Maria assistiram aos namorados/ peça escrita por Naum Alves de Souza/ No natal a gente vem te buscar/ na pré - estréia ela estava com seu namorado Artur Fernandes	A atriz vive uma solteirona / segunda vez que Giovana assiste ao espetáculo
Parece que o jantar que Giovanna Antonelli teve com o deputado federal Fábio Faria, no último fim de semana, foi só um encontro entre amigos . É que a atriz voltou a circular com o namorado, o empresário Artur Fernandes, e assim, jogando água na fervura de quem apostava que ela estava engatando um novo romance. Segundo o colunista Bruno Astuto, do jornal carioca "O Dia", Giovanna e Artur foram vistos na quinta-feira, 3, em um jantar no hotel Fasano, no Rio. Eles dividiam a mesa com Cláudia Jimenez, Rodrigo Phavanello, Daniel Filho, Betty Lago e Glória Maria. Tudo na mais santa paz e em clima de romance.	jantar que Giovana Antonelli teve com o deputado Fábio Faria foi só um encontro de amigos/ atriz voltou a circular com o namorado, o empresário Artur Fernandes/ Bruno Astuto do jornal "O Dia" ' Jantar no hotel Fasano/ Claudia Jimenez/ Rodrigo Pavanello/ Daniel Filho/ Betty Lago/ Glória Maria	jogando água na fervura de quem apostava que ela estava engatando um novo romance/ tudo na mais santa paz e em clima de romance
O namoro de Giovanna Antonelli com Arthur Fernandes parece estar mesmo, apesar de rumores que surgiram quando a atriz foi vista jantando com o ex de Adriane Galisteu. Neste sábado, 5, a atriz levou o namorado e o filho, Pietro, para um almoço com amigos em um restaurante no Leblon, no Rio. Solícito, Arthur chegou com o filho de Giovanna no colo e ajudou a namorada a carregar o carrinho da criança.	Namoro de Giovana Antonelli com Artur Fernandes parece estar mesmo/ levou o namorado e o filho Pietro para almoço com amigos/ Arthur chegou com o filho de Giovanna no colo e ajudou a namorada a carregar o carrinho da criança	Rumores que surgiram quando a atriz foi vista jantando com o ex de Adriane Galisteu

Madonna		
Caminha para a adoção definitiva de David Banda. A cantora viajará ao Malauí na próxima semana para fazer um acordo final com a justiça do país africano. Segundo o site "Entertainment Wise", ela aterrissa por lá em 8 de abril. Por enquanto o menino está apenas sob a custódia provisória da popstar. A adoção de David Banda é repleta de controvérsias. Críticos acusaram o governo de infringir uma lei que proíbe não residentes de adotar uma criança malauiana. O processo de adoção corre desde 2006 quando Madonna conheceu o menino num orfanato enquanto tentava arrecadar fundos para o país pobre.	adoção definitiva de David Banda./ a cantora viajará ao Malauí/ Site Entertainment Wise/ o menino está apenas sob a custódia provisória/ popstar/ adoção repleta de controvérsias/ Madonna	
O novíssimo clipe de Madonna acaba de estrear e já está na internet. "4 Minutes", a primeira música de trabalho do álbum "Hard Candy", é uma parceria com Justin Timberlake. Com um relógio digital imenso ao fundo, Madonna e Justin fazem suas performances no clipe enquanto uma contagem regressiva é exibida. O vídeo completo está disponível para ser baixado do iTunes. Já o álbum "Hard Candy" será lançado dia 29 de abril.	Madonna/ parceria com Justin Timberlake/ i Tunes/ album será lançado no dia 29 de abril	novíssimo clipe/ relógio digital imenso ao fundo/ suas performances no clipe
O furacão Madonna está sacudindo a música pop mais uma vez. Em seu novo clipe, "4 minutes", a cantora volta à ousadia dos velhos tempos: faz caras e bocas, tira a camisa e fica de sutiã. O corpaço de Madonna, porém, apesar de sarado, contou com retoques digitais para suavizar "imperfeições e marcas do tempo", segundo o jornal britânico "Daily Mail". Em parceria com Justin Timberlake, a eterna material girl canta e dança em poses sensuais. À frente de um relógio gigante, que faz uma contagem regressiva de quatro minutos, os dois se beijam. O vídeo foi feito em Londres, há dois meses, e acabou caindo na rede, no Youtube, mas a gravadora de Madonna tratou de tirá-lo do ar. A música, que foi originalmente intitulada "Quatro Minutos para Salvar o Mundo", é o primeiro single do álbum "Hardy Candy", que será lançado no dia 29 de Abril.	música pop/ cantora/ Madonna/ retoques digitais para suavizar "imperfeições e marcas do tempo"/ Daily Mail/ Justin Timberlake/ eterna material girl/ vídeo feito em Londres/ Youtube/ música primeiro single do album Hardy Candy	o furacão Maddona/ novo clipe/ ousadia dos velhos tempos/ caras e boas, tira a camisa e fica de sutiã/ corpaço/ sarado/ canta e dança em poses sensuais
O novo disco de Madonna, "Hard Candy" só chega às lojas no dia 29 de abril mas alguns já tiveram acesso a ele e revelam o que a diva do pop reserva para seus fãs. Quem ouviu o álbum diz que Madonna preparou mais de uma hora de dance music com batidas de house e nuances retrô. A revista "People" destaca cinco pontos do disco. Madonna bilíngüe Na faixa "Spanish Lesson" (Aula de Espanhol), a diva canta em inglês e espanhol num dance com batidas funk e um toque de guitarra flamenca. Em participação na oitava faixa, "Beat Goes On", o rapper impressiona com seu fôlego e a velocidade com as palavras. Em uma das frases ele diz: "Acho que vou tentar algo novo". A música que encerra o disco é "Voices", produzida por Justin Timberlake, Timbaland e Nate "Danjahandz". Sombria, a faixa traz Madonna revelando um lado cantora-de-coral. Em "Miles Away", Madonna canta: "Você sempre vai ter um grande coração, embora a gente esteja a 6 milhas de distância". A frase é uma alusão ao tempo que a cantora passou morando e trabalhando longe do marido, Guy Ritchie. Duas faixas, "Candy Store" e "Beat Goes On", começam com Madonna convidando o ouvinte a se mexer com palavras de ordem como "levante da cadeira".	Madonna / Hard Candy/ Revista People/ Kanye West/ Justin Timberlake/ Timbaland/ Nate/ marido Guy Ritchie/ Duas faixas	novo disco/ diva do pop/ bilíngüe/ cantora de coral/ sombria/ levante a cadeira

Naomi Campbell		
Naomi Campbell ganhou as páginas da edição de abril da "RG Vogue" em um ensaio glamoroso acompanhado por um texto que enaltece a beleza negra da top inglesa. As fotos, feitas em São Paulo pouco antes de Naomi se submeter a uma cirurgia na cidade, trazem a top em uma mansão no nobre bairro dos Jardins. Naomi Campbell veste casaco de pele e lingerie. Durante o ensaio fotográfico, a top fez apenas duas exigências: queria tomar chá verde bem quente em uma xícara de porcelana. Ela também não dispensou uma de suas jóias prediletas: uma tornozeleira de brilhantes que aparece em todo o ensaio. Beleza negra O jornalista Bruno Astuto traça um perfil e remonta a carreira de sucesso de Naomi no texto que acompanha as fotos de Paulo Vainer. Glória Maria, amiga pessoal da modelo de origem britânica, também falou sobre Naomi à publicação. "Apesar das dificuldades, ela soube usar o fato de ser negra de uma maneira positiva. A grande revolução da Naomi não foi simplesmente a cor, porque outras a precederam. Foi ela ter se apresentado sem o cunho do exotismo, da beleza selvagem, sem caricatura. A bagagem de dor, sofrimento e pobreza que ela carrega foi fundamental para se impor no mundo do glamour". Além das fotos feitas no Brasil, a "RG Vogue" traz imagens de Naomi clicadas pelo badalado fotógrafo Patrick Demarchelier em um hotel de Nova York, e parte de um ensaio que ela fez para a "Vogue" inglesa em que aparece cercada por legumes no Borough Market de Londres.	Naomi Campbell ganhou páginas na RG Vogue / fotos em São Paulo/ jóias / jornalista Bruno Astuto/ Paulo Vainer/ Glória Maria/ Patrick Demarchelier/ hotel Nova York/ Vogue Inglesa/ legumes Borough Market	ensaio glamoroso/ beleza negra da top inglesa/ mansão no nobre bairro dos Jardins/ casaco de pele e lingerie/ tornozeleira de brilhantes / negra de maneira positiva/ sem cunho de exotismo/ beleza selvagem/ sem caricatura/ dor/ sofrimento/ pobreza/ mundo do glamour/ badalado fotógrafo
A modelo britânica Naomi Campbell foi presa hoje no aeroporto londrino de Heathrow, informou a imprensa do Reino Unido. A modelo, que as forças de segurança tiraram à força de um avião da empresa aérea British Airways, foi presa no Terminal 5 do aeroporto por supostamente agredir um policial. "Podemos informar que um passageiro foi retirado esta tarde pela Polícia de um voo da British Airways", limitou-se a afirmar uma porta-voz de Heathrow. Outro porta-voz da Polícia Metropolitana de Londres confirmou a detenção de uma mulher no terminal citado por suposta agressão a um policial, apesar de não divulgar sua identidade. Segundo testemunhas citadas pela agência "Press Association", Naomi foi algemada a bordo do avião, que ainda não tinha decolado, após se comportar de forma grosseira e agressiva. Aparentemente, a confusão começou por causa de um problema ligado à bagagem da modelo, segundo afirmam testemunhas. Naomi Campbell, de 37 anos e conhecida por seu forte temperamento, já teve problemas com forças policiais em 2006 em Nova York, onde foi detida por agredir sua empregada doméstica.	modelo britânica Naomi Campbell foi presa/ aeroporto londrino/ empresa aérea British Airways/ policial/ Naomi foi algemada a bordo do avião/ forças policiais em 2006/ Nova York/ emprega doméstica	se comportar de forma grosseira e agressiva/ forte temperamento
Os barracos da supermodelo Naomi Campbell estão de volta às manchetes. A top foi presa ao desembarcar em Londres, nesta quinta-feira, 3, após um ataque de fúria com a tripulação do avião em que viajou, por não conseguir levar uma mala a bordo. Ao pousar na capital inglesa, a polícia foi chamada, e testemunhas disseram que Naomi foi praticamente arrastada para fora da primeira classe por quatro policiais, algemada. A modelo teria cuspidido em um deles. Caso seja condenada pelo desacato, de acordo com as leis britânicas, ela poderá ter de enfrentar até seis meses de prisão. A confusão começou poucos minutos antes da decolagem, em Los Angeles, onde Naomi participara de um programa de TV. Passageiros contaram que a inglesa queixou-se porque uma de suas malas de mão não podia ser levada a bordo. A tripulação argumentou que a bagagem estaria acima do peso permitido. Uma testemunha declarou ao jornal inglês que a confusão durou em torno de 40 minutos, e que nunca tinha visto algo parecido: "Ela gritava sem parar que não pôde levar as roupas que usara na televisão."	Naomi Campbell / capital inglesa/ arrastada para fora da primeira classe por quatro policiais/ cuspidido em um deles/ prisão/ confusão durou 40 minutos	barracos da supermodelo/ ataque de fúria/ Ela gritava sem parar que não pôde levar as roupas que usara na televisão
Naomi Campbell resolveu dar sua versão dos fatos para a confusão que aconteceu dentro de um avião e que resultou na	Naomi Campbell resolveu dar sua versão dos fatos que	supermodelo/ ataque de fúria/ maltratada/

<p>prisão da supermodelo, na quinta-feira,3. Para isso, ela escolheu o colunista Bruno Astuto, do jornal carioca "O Dia". Até então, o que havia sido divulgado era que a top tinha tido um ataque de fúria com a tripulação do avião em que viajava, por não conseguir levar uma mala a bordo. Na entrevista, que foi publicada neste sábado, 5, Naomi diz que foi maltratada durante o voo, e que não pode dar muito detalhes do caso até "que seja feita justiça". "Estou bem, mas fui muito maltratada", contou ela pelo telefone. Depois de pagar a fiança de cerca de R\$ 91 mil e ser liberada, a top foi para casa, onde recebeu o apoio da mãe. Ela confirmou que o motivo da confusão teria sido uma mala, mas segundo a top, o problema teria sido o extravio da bagagem. Ao exigir que o staff encontrasse sua mala, foi advertida que teria de viajar sem ela ou perder o voo. De acordo com testemunhas, a top teria sido agressiva com os comissários de bordo, chegando a cuspir num policial e saído algemada do avião. "Quinze mil pessoas perderam suas malas nos últimos dias naquele aeroporto", avisa. O caos no novo Terminal 5 do aeroporto londrino, que custou R\$ 16 bilhões à companhia aérea, traduz-se em cancelamentos de centenas de vôos e milhares de malas perdidas, desabafou.</p>	<p>aconteceu dentro do avião e que resultou na prisão/ colunista Bruno Astuto/ jornal carioca O Dia/ fiança de R\$ 91 mil/ apoio da mãe caos no novo Terminal 5 do aeroporto londrino</p>	<p>agressiva com os comissários/ cuspir num policial</p>
--	---	--